

PERSEPSI MAHASISWA TENTANG CALON PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA 2014 – 2018

(Studi Deskriptif Berdasarkan *Perceptual Mapping* Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta Tentang Calon Presiden RI 2014 – 2018 Joko Widodo dan Prabowo Subianto)

Benedicta Fitorina Prathiwi

F.Anita Herawati

Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Jl. Babarsari No. 6, Yogyakarta 55281
benedictarinaa@yahoo.com

Abstraksi

Pemilihan presiden pada tahun ini memiliki fenomena yang luar biasa karena banyak partai yang terpecah belah misalnya Jusuf Kalla sendiri merupakan anggota dari partai Golkar sedangkan partai Golkar Mendukung Prabowo. Selain itu Mafud MD yang awalnya akan dijadikan sebagai calon presiden dari PKB dan anggota dari PKB menjadi ketua pemenangan dari Prabowo dan masih banyak fakta-fakta lain yang menarik. Fakta lain misalnya dukungan dari stasiun televisi pasangan capres Prabowo-Hatta mendapat dukungan dari TV One. Sementara Jokowi-JK didukung oleh pemilik satu stasiun tv yakni Metro TV.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui persepsi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta terhadap calon presiden Jokowi dengan pasangan calon presiden Prabowo dan untuk mengetahui perbandingan persepsi dengan menggunakan peta persepsi dari calon presiden Jokowi serta Prabowo pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Metode penelitian ini adalah metode survei dan termasuk dalam jenis penelitian dalam penelitian deskriptif. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, sampel dalam penelitian adalah Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta angkatan 2013 yang berjumlah 74 mahasiswa dan diambil dengan teknik *accidental sampling*.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata tingkat kepentingan di atas 6 atau mendekati 7. Hal ini menggambarkan bahwa tingkat kepentingan responden pada calon presiden Republik Indonesia termasuk tinggi dengan demikian responden mengharapkan bahwa calon republik Indonesia tersebut haruslah tegas, berwibawa, memiliki jiwa kepemimpinan, merakyat, jujur, bebas korupsi, dikenal publik (masyarakat), jiwa nasionalis, mampu mewakili tokoh muda dan mampu membawa perubahan. Hasil peta persepsi menunjukkan bahwa calon presiden Jokowi dinilai lebih tinggi daripada calon calon presiden Prabowo. Calon presiden Jokowi dinilai lebih tinggi daripada calon calon presiden Prabowo. Calon presiden Jokowi memiliki atribut terkuat yakni merakyat dan berwibawa sedangkan atribut yang dinilai paling rendah adalah tegas, jujur dan memiliki jiwa kepemimpinan. Peta persepsi pada calon presiden Prabowo atribut tertinggi adalah tegas dan nasionalis sedangkan yang paling rendah adalah berwibawa, kepemimpinan dan mewakili perubahan.

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa calon presiden Jokowi dinilai lebih tinggi daripada calon calon presiden Prabowo. Calon presiden Jokowi memiliki indikator terkuat yakni merakyat dan berwibawa sedangkan indikator yang dinilai paling rendah adalah jujur dan memiliki jiwa kepemimpinan. Sedangkan pada calon presiden Prabowo indikator tertinggi adalah tegas dan nasionalis sedangkan yang paling rendah adalah berwibawa, kepemimpinan dan mewakili perubahan.

Kata Kunci: Peta Persepsi, Calon Presiden, Jokowi dan Prabowo

PENDAHULUAN

Setelah pemilihan anggota legislatif selesai, maka pekerjaan bagi pemerintah Indonesia selanjutnya adalah pemilihan presiden dan wakil presiden. Calon presiden dan wakil presiden pada pemilihan tahun 2014 ini terdiri dari dua pasangan Capres dan Cawapres, yaitu pasangan Calon Presiden Ir. H. Joko Widodo yang berpasangan dengan Calon Wakil Presiden Drs. H.M. Jusuf Kalla. Pasangan calon yang lain adalah Calon Presiden H. Prabowo Subianto yang berpasangan dengan Calon Wakil Presiden H.M. Hatta Rajasa dan telah memenuhi syarat untuk mengikuti Pemilu Presiden 2014. Keputusan penetapan ini sesuai dengan ketetapan dari KPU dengan yang tertuang dalam Keputusan KPU Nomor 453/kpts/KPU/Tahun 2014 tentang Penetapan Pasangan Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Pemilu 2014 (KPU, 2014).

Calon presiden Joko Widodo dan Jusuf Kalla diusung oleh 5 partai nasional yakni PDI Perjuangan, PKB, Nasdem, Hanura dan PKPI (Akunto, 2014). Sedangkan bakal calon presiden Prawobo Subiakto dan Mohamad Hatta diusung oleh Gerindra, PAN, Partai Golkar, PKS, PBB, dan PPP (Rmo, 2014).

Pemilihan presiden pada tahun ini memiliki fenomena yang luar biasa karena banyak partai yang terpecah belah misalnya Jusuf Kalla sendiri merupakan anggota dari partai Golkar sedangkan partai Golkar Mendukung Prabowo. Selain itu Mafud MD yang awalnya akan dijadikan sebagai calon presiden dari PKB dan anggota dari PKB menjadi ketua pemenangan dari Prabowo dan masih banyak fakta-fakta lain yang menarik (Sholeh, 2014). Fakta lain misalnya dukungan dari stasiun televisi pasangan capres Prabowo-Hatta mendapat dukungan dari TV One. Sementara Jokowi-JK didukung oleh pemilik satu stasiun tv yakni Metro TV (Kusuma, 2014).

Selain fenomena di atas (partai-partai) fakta unik lainnya yakni banyak sekali bermunculan sukarelawan-sukarelawan pemenangan pada masing-masing calon presiden, terutama dari calon presiden yang diusung oleh PDI P yakni Joko Widodo (yang selanjutnya disebut Jokowi). Para sukarelawan ini membentuk persatuan serta membuat posko-posko pemenangan atas niat sendiri dan biaya sendiri tanpa didukung oleh partai (Triangga, 2014). Kesan kemunculan para sukarelawan ini berbeda-beda, kalau sukarelawan Jokowi terlihat murni tanpa ada paksaan dan terlihat seperti gerakan dari bawah, sedangkan sukarelawan dari Prabowo terlihat didesain dan dimunculkan dengan sengaja (Faqih, 2014).

Jokowi dalam kemunculannya dalam kancah politik di Indonesia termasuk fenomenal, sedangkan Prabowo merupakan orang lama yang sudah cukup di kenal oleh masyarakat.

Jokowi pada awalnya hanyalah seorang Walikota Solo, namun karena mampu membuat peningkatan atau lompatan-lompatan kebijakan di kota Solo maka Jokowi semakin di kenal dan akhirnya dijadikan sebagai calon gubernur Jakarta yang diusung oleh PDI P serta dipasangkan dengan Ahok. Saat menjabat Gubernur Jakarta, Jokowi sering dikenal dengan kebijakan-kebijakan yang di luar dugaan serta lebih diterima oleh masyarakat. Sedangkan Prabowo memiliki latar belakang militer. Prabowo sering diisukan memiliki kaitan dengan peristiwa-peristiwa HAM serta dikenal dengan orang yang memiliki disiplin tinggi serta kemauan yang keras (Faizal, 2014).

Citra atau persepsi dari para calon presiden (capres) sebelum resmi diumumkan KPU tahun 2014 ini pernah dipetakan oleh Alvara Research Center (ARC) melalui surveinya yang telah di publikasikan melalui berbagai media cetak dan online tanggal 11 September 2013 menempatkan PDI Perjuangan dan Joko Widodo yang memperoleh elektabilitas tertinggi, dan hasil *perceptual mapping* menunjukkan ada perbedaan dan ada *positioning* pada setiap kandidatnya. Contoh Prabowo Subianto sangat dekat dengan atribut tegas. Prabowo Subianto di mata publik adalah capres yang termasuk *vertical leader*. Menariknya juga capres yang memiliki latar belakang tentara masuk dalam kategori ini. Dilain pihak *perceptual mapping* ini juga menunjukkan Joko Widodo adalah termasuk kandidat capres yang dekat dengan atribut-atribut positif seperti mampu melakukan perubahan, jujur, bebas korupsi. Joko Widodo satu kelompok dengan Dahlan Iskan, Mahfudz MD, dan Jusuf Kalla yang masuk dalam kategori *horizontal leaders*. Sedangkan yang termasuk kategori *legacy leaders* yakni Aburizal Bakrie dan Megawati Soekarnoputri, dua kandidat ini akan sulit bersaing dalam kontestasi capres di 2014 karena dianggap tokoh masa lalu. Hal ini terbukti dengan elektabilitas mereka yang rendah meski popularitasnya masih tinggi (Hassanudin, 2014).

Berdasarkan hal tersebut, tentunya pasangan calon presiden Jokowi-JK serta Prabowo-Hatta memiliki tempat dalam persepsi masyarakat yang berbeda-beda. Saat persepsi masyarakat dapat dipetakan maka hasil pemetaan dapat digunakan sebagai landasan strategi *positioning* untuk kemenangan pemilu. Masyarakat terdiri dari beberapa elemen, dan salah satunya adalah mahasiswa. Mahasiswa dalam pemilu termasuk pada bagian pemilih muda. Jumlah pemilih muda pada tahun pemilu 2014 ini termasuk cukup tinggi yakni 11 persen dari total 186 juta jiwa pemilih (Wiwoho, 2014). Merujuk dari hal tersebut, maka pemilih muda termasuk diperhitungkan.

Mahasiswa atau pelajar perguruan tinggi jika ditinjau dari sisi usia termasuk dalam kategori remaja. Shaw dan Costanzo (dalam Ali dan Asrori, 2005:9) mengungkapkan bahwa remaja sedang mengalami perkembangan pesat dalam aspek intelektual. Transformasi

intelektual dari cara berpikir mahasiswa memungkinkan mereka tidak hanya mampu mengintegrasikan dirinya ke dalam masyarakat dewasa, tapi juga merupakan karakteristik yang paling menonjol dari semua periode perkembangan. Selain itu, perkembangan intelektual yang terus menerus menyebabkan mahasiswa mencapai tahap berpikir operasional formal. Pada tahap ini memungkinkan mahasiswa mampu berpikir lebih abstrak, menguji hipotesis, dan mempertimbangkan apa yang ada padanya daripada sekadar melihat apa adanya.

Berdasarkan hal itu, maka diasumsikan bahwa para pemilih muda termasuk mahasiswa lebih kritis serta memiliki idealisme yang tinggi sehingga saat diukur persepsinya sesuai dengan pandangannya. Merujuk dari hal tersebut, maka peneliti tertarik untuk melihat peta persepsi dari calon presiden Jokowi serta Prabowo terutama pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui peta persepsi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta terhadap calon presiden Jokowi serta Prabowo.

KERANGKA KONSEP

1. Persepsi

Persepsi diartikan sebagai proses diterimanya rangsang melalui panca indera yang didahului oleh perhatian sehingga individu mampu mengetahui, mengartikan dan menghayati tentang hal yang diamati, baik yang ada di luar maupun di dalam individu (Sunaryo, 2004:4).

Menurut Leavitt (Sobur, 2003:23) persepsi dalam arti sempit adalah penglihatan, bagaimana cara seseorang melihat sesuatu, sedangkan dalam arti luas persepsi adalah pandangan atau pengertian yaitu bagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu.

Dari berbagai definisi para ahli di atas, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa persepsi adalah tafsiran atau daya mengenal sesuatu yang hadir dan diperoleh melalui proses mengamati, mengetahui, dan mengartikan setelah pancainderanya mendapatkan rangsangan.

Berdasarkan pengertian dari persepsi di atas, maka masyarakat atau mahasiswa tentunya memiliki persepsi yang berbeda-beda terhadap pasangan calon presiden Jokowi-JK dan pasangan calon presiden Prabowo-Hatta. Secara teori persepsi pada masing-masing

pasangan calon presiden dan wakil presiden tersebut dapat dibuat suatu perbedaan peta persepsi. Hal ini sejalan dengan pendapat dari Hasanuddin Ali seorang CEO Alvara Research Center (ARC) yang menyebutkan bahwa penting bagi setiap kandidat capres untuk terus memonitor dan memetakan persepsi publik secara berkala untuk mendapatkan gambaran siapa lawan dan siapa kawan di benak pemilih karena perceptual mapping ini bersifat dinamis tergantung dari informasi yang diperoleh publik terkait dengan upaya para kandidat capres mempengaruhi persepsi publik (Hassanudin, 2014).

2. *Perceptual mapping*

Peta persepsi (*perceptual mapping*) merupakan teknik pemetaan yang digunakan sebagai salah satu dasar teknik positioning. Peta persepsi (*perceptual mapping*) menurut Blake, Schulze dan Hughes (2003:5) menjelaskan bahwa perceptual Maps secara luas telah digunakan oleh sebagian besar peneliti pasar, misalnya untuk menggambarkan suatu merek gambar atau reaksi konsumen terhadap fitur produk. *Perceptual mapping* adalah suatu teknik riset pemasaran grafis yang secara visual menampilkan persepsi konsumen atau, dalam hal ini para pemilih calon presiden (Liberman, 2012:1).

3. Elemen-elemen Persepsi

Persepsi dalam penelitian ini adalah persepsi pada calon presiden, berdasarkan hal tersebut maka digunakan elemen utama yang sama digunakan oleh lembaga survey Alvara Research Center (ARC) yakni berdasarkan atribut-atribut citra, yang terbagi menjadi 4 kategori yaitu (Hassanudin, 2014):

- a. *Vertical Leaders*, kandidat ini memiliki citra dengan ciri-ciri karakter pemimpin yang tegas, berwibawa, dan berjiwa memimpin.
- b. *Horizontal Leaders*, kandidat ini dikenal dan dipersepsikan oleh publik merakyat, jujur dan bebas korupsi
- c. *Legacy Leaders*, kandidat ini pemain lama karena sudah di kenal oleh publik dan juga dipersepsikan publik nasionalis
- d. *Change-Drivers Leaders*, kandidat ini dianggap mewakili tokoh muda dan juga dipersepsikan mampu membawa perubahan.

Berdasarkan 4 pembagian kategori di atas, maka atribut-atribut yang digunakan dalam *perseptual mapping* penelitian ini adalah:

- a. Tegas

Tegas adalah suatu tindakan yang tidak ragu-ragu, tidak bimbang dan tidak samar-samar (Suharso dan Retnoningsih, 2005:540).

b. Wibawa

Wibawa adalah kemampuan seseorang untuk dapat menguasai dan mempengaruhi orang lain melalui sikap dan tingkah laku yang mengandung kepemimpinan dan penuh daya tarik (Suharso dan Retnoningsih, 2005:639).

c. Jiwa pemimpin

Jiwa kepemimpinan adalah kemampuan untuk mempengaruhi pengikut yang menyangkut penggunaan kekuasaan dan diterimanya pemimpin oleh para pengikut. Kemampuan mempengaruhi bertautan dengan pemuasan kebutuhan para pengikut (Syamsu dkk 1991:123).

d. Rakyat

Rakyat adalah suatu sikap yang bersifat (berlaku) seperti rakyat (Suharso dan Retnoningsih, 2005:404).

e. Jujur

Jujur adalah tidak berbohong atau tidak curang (Suharso dan Retnoningsih, 2005:207).

f. Bebas korupsi

Bebas korupsi adalah suatu tindakan yang tidak menggelapkan uang dan tidak menerima uang sogok (Suharso dan Retnoningsih, 2005:266).

g. Dikenal oleh publik

Dikenal oleh publik adalah seseorang yang telah diketahui oleh orang banyak (masyarakat) (Suharso dan Retnoningsih, 2005:235).

h. Nasionalis

Nasionalis adalah pecinta nusa dan bangsa (Suharso dan Retnoningsih, 2005:333).

i. Mampu mewakili tokoh muda

Mampu mewakili tokoh muda adalah kemampuan untuk bertindak sebagai orang muda (Suharso dan Retnoningsih, 2005:634).

j. Mampu membawa perubahan

Mampu membawa perubahan adalah kemampuan untuk melakukan pertukaran atau perbedaan (Suharso dan Retnoningsih, 2005:435).

Setelah persepsi-persepsi dapat dipetakan, maka para praktisi dapat menggunakannya sebagai dasar strategi untuk positioning dari produk atau orang, sehingga melalui peta persepsi (*perceptual mapping*) ini dapat dijadikan dasar untuk melakukan *positioning*.

4. *Positioning*

Ries dan Trout (Kartajaya, dkk, 2005: 56) mengatakan, “...*positioning is not what you do to a product. Positioning is what you do to the mind of the prospect. That is, you position the product in the mind of the prouct.*” Yang berarti bahwa, posisioning adalah menempatkan produk dan merek produsen di dalam benak pelanggan. Ries-Trout menjelaskan bahwa setiap produk, merek, dan perusahaan yang sukses selalu memiliki posisi yang kokoh dan unik di benak pelanggannya (Kartajaya, dkk, 2005: 56). Menurut *Ries-Trout* bahwa perang pemasaran adalah bukan terletak di pasar, tapi di benak pelanggan. Perang pemasaran adalah perang untuk merebutkan sejengkal ruang di benak pelanggan (Kartajaya, dkk, 2005:56-57).

Era sekarang ini, pelanggan tidak dapat dikelola, maka mereka harus diarahkan. Untuk dapat mengarahkan pelanggan agar fanatik terhadap produk, merek, dan perusahaan, dibutuhkan yang namanya kredibilitas. Maka, *positioning* tidak sekedar membujuk dan menciptakan sebuah citra di benak pelanggan, tetapi juga bagaimana merebut kepercayaan pelanggan (Kartajaya, dkk, 2005: 60).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Metode survei dalam penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama dalam pengumpulan datanya. Jenis penelitian dalam penelitian deskriptif. Dalam riset deksriptif menggunakan *cross sectional design*, dimana dalam pengumpulan informasi dan sampel tertentu hanya dilakukan satu kali. Penelitian ini melakukan penyebaran kuesioner secara langsung kepada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta angkatan 2013. Adapun alasan mengapa mahasiswa yang digunakan sebagai responden dalam penelitian ini karena berdasarkan undang-undang dari pemerintah Indonesia, seseorang memiliki hak pilih jika telah berusia 17 tahun. Mahasiswa atau pelajar perguruan tinggi jika ditinjau dari sisi usia termasuk dalam kategori remaja dan pada tahapan perkembangan hidup manusia, mahasiswa telah mencapai tahap berpikir operasional formal sehingga mahasiswa dianggap mampu berpikir lebih abstrak, menguji hipotesis, dan mempertimbangkan apa yang ada padanya daripada sekadar melihat apa adanya. Alasan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Atma Jaya Yogyakarta angkatan 2013 yang digunakan ini, karena mahasiswa fisip mempelajari tentang ilmu politik dan angkatan 2013 terpilih karena mahasiswa pada angkatan ini baru pertama kali menjadi pemilih. Berdasarkan informasi dari Bagian Tata Usaha Fisip Universitas Atma Jaya Yogyakarta sampai dengan tahun akademik genap 2012 – 2013 diketahui jumlah mahasiswa angkatan 2013 sebanyak 283 orang.

Sampel dalam penelitian 74 mahasiswa ini diambil dengan menggunakan teknik *accidental sampling* yakni siapa saja yang ketemu di lapangan dan cocok serta bersedia jadi sampel dapat diambil sebagai sampel. Metode analisis yang digunakan adalah perseptual mapping sederhana dengan teknik pemeringkatan keunikan produk.

HASIL PENELITIAN

1. Distribusi Frekuensi Peratribut

a. Distribusi Frekuensi Peratribut Tingkat kepentingan

Tabel 1
Frekuensi Peratribut Tingkat kepentingan

Atribut	1		2		3		4		5		6		7	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Tegas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	14	18.9	60	81.1
Berwibawa	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1.4	18	24.3	55	74.3
Jiwa kepemimpinan	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	12.2	65	87.7
Merakyat	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12	16.2	62	83.8
Jujur	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1.4	13	17.6	60	81.1
Bebas korupsi	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1.4	13	17.6	60	81.1
Dikenal masyarakat	0	0	0	0	0	0	1	1.4	4	5.4	17	23.0	52	70.3
Jiwa nasionalis	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1.4	18	24.3	55	74.3
Mewakili tokoh muda	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2.7	10	13.5	62	83.8
Membawa perubahan	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13	17.6	16	82.4

Sumber: pengolahan data 2014

Tabel di atas, menunjukkan bahwa dari hasil pengukuran tingkat kepentingan pada 10 atribut mayoritas responden menjawab 6 dan 7. Hal ini berarti bahwa calon presiden dituntut untuk tegas, berwibawa, memiliki jiwa kepemimpinan, merakyat, jujur, bebas korupsi, dikenal masyarakat, jiwa nasionalis, mewakili tokoh muda dan membawa perubahan.

b. Distribusi Frekuensi Peratribut Calon Presiden Joko Widodo

Tabel 2
Frekuensi Peratribut Calon Presiden Joko Widodo

Atribut	1		2		3		4		5		6		7	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Tegas	0	0	0	0	3	4.1	4	5.4	17	23.0	50	67.6	0	0
Berwibawa	0	0	0	0	0	0	6	8.1	21	28.4	47	63.5	0	0
Jiwa kepemimpinan	0	0	0	0	0	0	3	4.1	15	20.3	56	75.7	0	0
Merakyat	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2.7	25	33.8	47	63.5
Jujur	0	0	0	0	0	0	2	2.7	1	1.4	22	29.7	49	66.2
Bebas korupsi	0	0	0	0	0	0	2	2.7	2	2.7	28	37.8	42	56.8
Dikenal masyarakat	0	0	0	0	1	1.4	1	1.4	6	8.1	19	25.7	47	63.5

Jiwa nasionalis	0	0	0	0	0	0	2	2.7	2	2.7	21	28.4	49	66.2
Mewakili tokoh muda	0	0	0	0	0	0	5	6.8	6	8.1	21	28.4	42	56.8
Membawa perubahan	0	0	0	0	1	1.4	4	5.4	4	5.4	22	29.7	43	58.1

Sumber: pengolahan data 2014

Tabel di atas, menginformasikan hasil pengukuran penilaian pada calon presiden Joko Widodo mayoritas responden pada atribut tegas, berwibawa dan memiliki jiwa kepemimpinan menjawab 5 dan 6. Sedangkan pada atribut merakyat, jujur, bebas korupsi, dikenal masyarakat, jiwa nasionalis, mewakili tokoh muda dan membawa perubahan mayoritas responden menjawab 6 dan 7.

c. Distribusi Frekuensi Peratribut Calon Presiden Prabowo Subianto

Tabel 3
Frekuensi Peratribut Calon Presiden Prabowo Subianto

Atribut	1		2		3		4		5		6		7	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Tegas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	18	23.4	56	75.7
Berwibawa	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	22	29.7	51	68.7
Jiwa kepemimpinan	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	26	35.1	48	64.9
Merakyat	0	0	0	0	2	2.7	23	31.1	30	40.5	19	25.7	0	0
Jujur	0	0	0	0	11	14.9	34	45.9	19	25.7	10	13.5	0	0
Bebas korupsi	0	0	0	0	17	23.0	41	55.4	12	16.2	4	5.4	0	0
Dikenal masyarakat	0	0	0	0	0	0	5	6.8	20	27.0	49	66.2	0	0
Jiwa nasionalis	0	0	0	0	0	0	3	4.1	24	32.4	47	63.5	0	0
Mewakili tokoh muda	0	0	0	0	3	4.1	26	35.1	28	37.8	17	23	0	0
Membawa perubahan	0	0	0	0	17	23.0	31	41.9	21	28.4	5	6.8	0	0

Sumber: pengolahan data 2014

Tabel di atas, menginformasikan hasil pengukuran penilaian pada calon presiden Prabowo Subianto mayoritas responden pada atribut tegas, berwibawa dan memiliki jiwa kepemimpinan menjawab 6 dan 7. Sedangkan pada atribut merakyat, jujur, bebas korupsi, dikenal masyarakat, jiwa nasionalis, mewakili tokoh muda dan membawa perubahan mayoritas responden menjawab 6 dan 7.

2. Distribusi Nilai Rata-Rata Variabel Penelitian

a. Distribusi Nilai Rata-Rata Tingkat Kepentingan

Tabel 4
Deskripsi Tingkat kepentingan
n = 74

Atribut	Keterangan	Minimum	Maximum	Mean
Tegas	1 = tidak tegas 7 = tegas	6	7	6.81
Berwibawa	1 = tidak berwibawa 7 = berwibawa	5	7	6.73
Jiwa kepemimpinan	1 = tidak memiliki jiwa kepemimpinan 7 = memiliki jiwa kepemimpinan	6	7	6.88
Merakyat	1 = tidak merakyat 7 = merakyat	6	7	6.84
Jujur	1 = tidak jujur 7 = jujur	5	7	6.80
Bebas korupsi	1 = korupsi 7 = Bebas korupsi	5	7	6.80
Dikenal masyarakat	1 = tidak dikenal publik 7 = dikenal publik	4	7	6.62
Jiwa nasionalis	1 = tidak nasionalis 7 = nasionalis	5	7	6.73
Mewakili tokoh muda	1 = tidak mewakili tokoh muda 7 = mewakili tokoh muda	5	7	6.81
Membawa perubahan	1 = tidak mampu membawa perubahan 7 = mampu membawa perubahan	6	7	6.82

Sumber: pengolahan data 2014

Merujuk pada tabel di atas, menginformasikan bahwa nilai rata-rata tingkat kepentingan di atas 6 atau mendekati 7. Mendekatinya rata-rata dari 74 responden yang diukur ini menggambarkan bahwa tingkat kepentingan responden pada calon presiden Republik Indonesia termasuk tinggi dengan demikian responden mengharapkan bahwa calon republik Indonesia tersebut haruslah tegas, berwibawa, memiliki jiwa kepemimpinan, merakyat, jujur, bebas korupsi, dikenal publik (masyarakat), jiwa nasionalis, mampu mewakili tokoh muda dan mampu membawa perubahan.

b. Distribusi Nilai Rata-Rata Calon Presiden Joko Widodo

Tabel 5
Deskripsi Penilaian Pada Calon Presiden Joko Widodo

Atribut	Keterangan	Minimum	Maximum	Mean
Tegas	1 = tidak tegas 7 = tegas	3	6	5.54
Berwibawa	1 = tidak berwibawa 7 = berwibawa	4	6	5.55
Jiwa kepemimpinan	1 = tidak memiliki jiwa kepemimpinan 7 = memiliki jiwa kepemimpinan	4	6	5.72
Merakyat	1 = tidak merakyat 7 = merakyat	5	7	6.61
Jujur	1 = tidak jujur 7 = jujur	4	7	6.59
Bebas korupsi	1 = korupsi 7 = Bebas korupsi	4	7	6.49
Dikenal masyarakat	1 = tidak dikenal publik 7 = dikenal publik	3	7	6.49
Jiwa nasionalis	1 = tidak nasionalis 7 = nasionalis	4	7	6.58
Mewakili tokoh muda	1 = tidak mewakili tokoh muda 7 = mewakili tokoh muda	4	7	6.35
Membawa perubahan	1 = tidak mampu membawa perubahan 7 = mampu membawa perubahan	3	7	6.38

Sumber: pengolahan data 2014

Tabel 5 di atas, menginformasikan bahwa rata-rata penilaian responden pada calon presiden Jokowi yang di atas 6 atau mendekati 7 yakni pada atribut merakyat, jujur, bebas korupsi, dikenal publik (masyarakat), jiwa nasionalis, mampu mewakili tokoh muda dan mampu membawa perubahan. Sedangkan pada atribut tegas, berwibawa, memiliki jiwa kepemimpinan dinilai lebih rendah.

c. Distribusi Nilai Rata-Rata Calon Presiden Prabowo Subianto

Tabel 6
Deskripsi Penilaian Pada Calon Presiden Prabowo Subianto

Atribut	Keterangan	Minimum	Maximum	Mean
Tegas	1 = tidak tegas 7 = tegas	6	7	6.76
Berwibawa	1 = tidak berwibawa 7 = berwibawa	5	7	6.68
Jiwa kepemimpinan	1 = tidak memiliki jiwa kepemimpinan 7 = memiliki jiwa kepemimpinan	6	7	6.65
Merakyat	1 = tidak merakyat 7 = merakyat	3	6	4.89

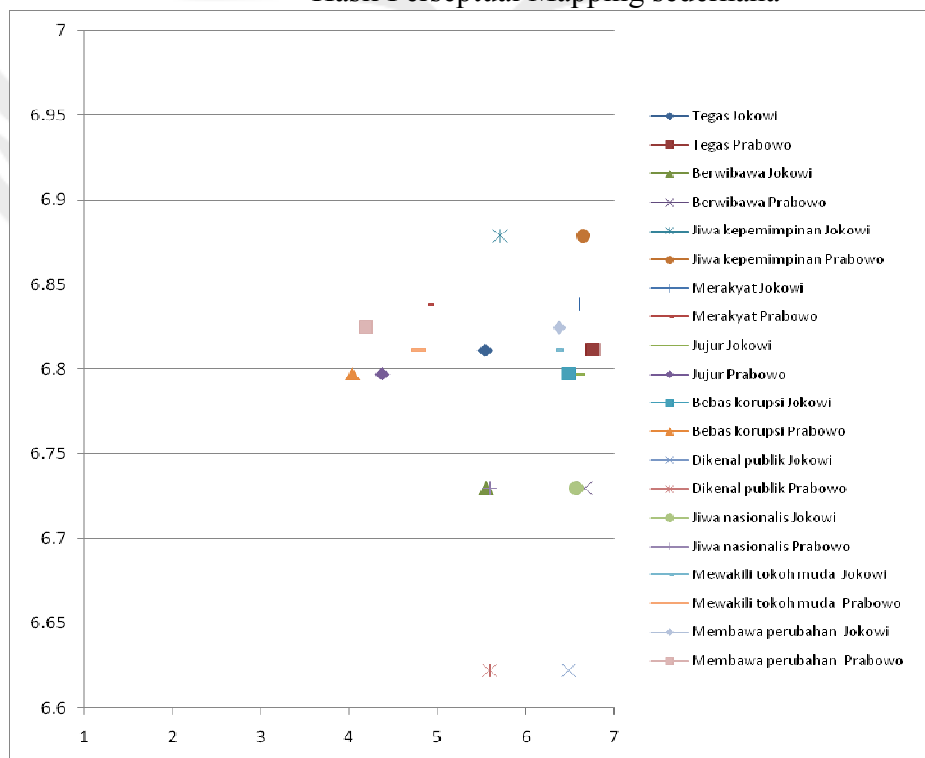
Jujur	1 = tidak jujur 7 = jujur	3	6	4.38
Bebas korupsi	1 = korupsi 7 = Bebas korupsi	3	6	4.04
Dikenal masyarakat	1 = tidak dikenal publik 7 = dikenal publik	4	6	5.59
Jiwa nasionalis	1 = tidak nasionalis 7 = nasionalis	4	6	5.59
Mewakili tokoh muda	1 = tidak mewakili tokoh muda 7 = mewakili tokoh muda	3	6	4.80
Membawa perubahan	1 = tidak mampu membawa perubahan 7 = mampu membawa perubahan	3	6	4.19

Sumber: pengolahan data 2014

Tabel 6 di atas, menginformasikan bahwa rata-rata penilaian responden pada calon presiden Prabowo yang di atas 6 atau mendekati 7 yakni pada atribut tegas, berwibawa dan memiliki jiwa kepemimpinan. Sedangkan pada atribut merakyat, jujur, bebas korupsi, dikenal publik (masyarakat), jiwa nasionalis, mampu mewakili tokoh muda dan mampu membawa perubahan dinilai lebih rendah.

3. Perbandingan persepsi dengan menggunakan peta persepsi dari calon presiden Jokowi serta Prabowo pada mahasiwa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

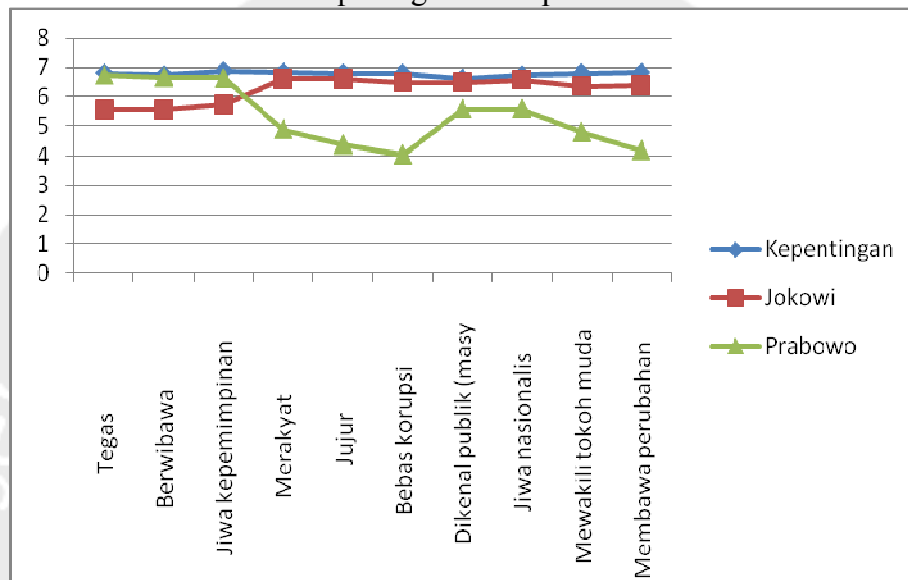
Tabel 2.9
Hasil Perseptual Mapping sederhana



Sumber: pengolahan data 2014

Hasil peta persepsi di atas menunjukkan pada kedua calon presiden Jokowi serta Prabowo menunjukkan hasil calon presiden Prabowo lebih menonjol pada atribut tegas, berwibawa dan memiliki jiwa kepemimpinan, sedangkan Calon presiden Jokowi menonjol pada atribut merakyat, jujur, bebas korupsi, dikenal masyarakat, jiwa nasionalis, mewakili tokoh muda dan mampu membawa perubahan.

Tabel 2.10
Keunikan dari pasangan calon presiden Jokowi dan Prabowo



Sumber: pengolahan data 2014

Berdasarkan hasil di atas, calon presiden Jokowi lebih mendekati garis kepentingan dibandingkan dengan calon presiden Prabowo. Calon presiden Prabowo lebih menonjol pada atribut tegas, berwibawa dan memiliki jiwa kepemimpinan, sedangkan Calon presiden Jokowi menonjol pada atribut merakyat, jujur, bebas korupsi, dikenal masyarakat, jiwa nasionalis, mewakili tokoh muda dan mampu membawa perubahan.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata tingkat kepentingan di atas 6 atau mendekati 7. Hal ini menggambarkan bahwa tingkat kepentingan responden pada calon presiden Republik Indonesia termasuk tinggi dengan demikian responden mengharapkan bahwa calon republik Indonesia tersebut haruslah tegas, berwibawa, memiliki jiwa kepemimpinan, merakyat, jujur, bebas korupsi, dikenal publik (masyarakat), jiwa nasionalis, mampu mewakili tokoh muda dan mampu membawa perubahan.

Hasil peta persepsi menunjukkan bahwa calon presiden Jokowi dinilai lebih tinggi daripada calon presiden Prabowo. Calon presiden Jokowi memiliki atribut terkuat yakni merakyat dan berwibawa sedangkan atribut yang dinilai paling rendah adalah tegas, jujur dan memiliki jiwa kepemimpinan. Hal ini didukung oleh hasil pengukuran persepsi pada calon presiden Jokowi menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden pada calon presiden Jokowi yang di atas 6 atau mendekati 7 yakni pada atribut merakyat, jujur, bebas korupsi, dikenal publik (masyarakat), jiwa nasionalis, mampu mewakili tokoh muda dan mampu membawa perubahan. Sedangkan pada atribut tegas, berwibawa, memiliki jiwa kepemimpinan dinilai lebih rendah.

Tingginya persepsi pada calon presiden Jokowi yang dianggap merakyat, jujur, bebas korupsi, dikenal publik (masyarakat), jiwa nasionalis, mampu mewakili tokoh muda dan mampu membawa perubahan ini dapat dilihat dari visinya yakni “Terwujudnya Indonesia yang berdaulat, mandiri dan berkepribadian berlandaskan gotong royong”. Visi Jokowi yang menitikberatkan kata gotong royong ini menunjukkan bahwa perhatian Jokowi pada rakyat, karena kata gotong royong ini merupakan bentuk kebudayaan masyarakat Indonesia yang senang bekerja sama sehingga mampu merepresentasikan atribut merakyat. Jokowi yang dikenal eksentrik dan senang *blusukan* telah mampu dipersepsikan sebagai suatu sikap yang bersifat (berlaku) seperti rakyat.

Tim kampanye Jokowi yang menyadari hal tersebut menonjolkannya dalam bentuk spanduk berwarna dominan putih dengan foto calon presiden Jokowi memuat pesan yang bertuliskan “Presidenku Jokowi, Jujur Merakyat Sederhana”. Pesan dari spanduk diatas ingin menyampaikan bahwa Jokowi merupakan sosok calon presiden yang bersikap jujur, yang dimana kejujuran merupakan sikap penting yang harus dimiliki oleh seorang pemimpin. Selain itu terdapat pesan bahwa Jokowi merupakan pribadi yang sederhana dan menyatu dengan rakyat, yang dimana kesederhanaan dan merakyat ini merupakan salah satu ciri khas Jokowi sebagai calon presiden.

Selain dalam visi kampanye dan spanduk yang dipasang, kemencolokan merakyat ini juga ditonjolkan melalui iklan di televisi yang berdurasi kurang lebih 29 detik ini terlihat *simple* dan sederhana dengan judul “Jokowi-JK Adalah Kita”. Pesan yang ingin disampaikan dalam iklan “Jokowi-JK Adalah Kita” adalah sosok Jokowi sebagai calon presiden yang jujur, bersih dan sederhana yang lahir dari rakyat dan untuk rakyat telah diterima masyarakat sehingga persepsi yang dibentuk Jokowi memiliki atribut merakyat.

Selanjutnya, dalam visinya Jokowi menitikberatkan pada kemandirian, kata kemandirian ini juga merepresentasikan bentuk kemampuan untuk membawa perubahan.

Selain itu, dalam program kampanye yang sering diperdengarkan oleh Jokowi ini yakni adanya revolusi mental. Pemilihan program revolusi mental, merupakan bentuk perwujudan nyata tentang bentuk perubahan yang akan dibawa jika dapat terpilih menjadi presiden. Konsistensi program kampanye revolusi mental ini dapat dilihat dari baliho-baliho yang terpasang yang memuat pesan singkat bertuliskan “Menuju Perubahan Indonesia Hebat!”. Dari pesan “Menuju Perubahan Indonesia Hebat!” ini memberikan pesan bahwa Jokowi akan mengantar Bangsa Indonesia menuju masa depan Indonesia yang hebat dan lebih baik.

Terbentuknya persepsi atau penilaian Jokowi yang bebas korupsi ini karena dari pemberitaan-pemberitaan baik melalui media surat kabar maupun elektronik yang menunjukkan bahwa selama menjabat menjadi wali kota di Solo maupun menjadi Gubernur di Jakarta Jokowi belum pernah terkena kasus korupsi. Bahkan sewaktu menjabat Gubernur Jakarta, Jokowi mengajak kerja sama dengan Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) untuk membersihkan jajaran pemerintahannya.

Jokowi semakin dikenal publik (masyarakat) ini berkat adanya kampanye-kampanye hitam yang beredar di masyarakat baik melalui tabloid (misal obor rakyat) maupun bentuk-bentuk kampanye yang lain. Adanya kampanye hitam ini mampu menarik media massa untuk memberitakannya sehingga secara langsung nama Jokowi sebagai pihak yang dirugikan semakin dikenal oleh masyarakat.

Condongnya persepsi masyarakat pada Jokowi yang dianggap mampu mewakili tokoh muda ini dilihat dari program-program kerja Jokowi terutama pada saat acara debat calon presiden yang dilaksanakan oleh KPU. Jokowi dalam programnya menjelaskan bahwa peningkatan ekonomi masyarakat salah satu cara yakni melalui industri kreatif. Sedangkan pelaku dari industri kreatif ini memang didominasi para kaum muda, sehingga mahasiswa sebagai bagian dari masyarakat yang tergolong dalam kaum muda memperhatikan hal tersebut dan menganggap bahwa Jokowi mampu mewakili tokoh muda.

Sedangkan kurangnya penilaian pada ketegasan, kewibawaan dan kepemilikan jiwa kepemimpinan ini dapat dipengaruhi oleh komunikasi non verbal Jokowi misalnya dari bentuk tubuh, ketegapan, suara yang dianggap lebih kuat dimiliki oleh calon presiden Prabowo.

Berdasarkan temuan-temuan di atas menyangkut persepsi pada calon presiden Jokowi sesuai dengan elemen utama yang sama digunakan oleh lembaga survey Alvara Research Center (ARC), maka calon presiden Jokowi termasuk pemimpin dalam tiga kategori yakni *horizontal leaders*, *legacy leaders* serta *change-drivers leaders*. Masuknya tiga kategori pada

calon presiden Jokowi ini karena dipersepsikan oleh publik merakyat, jujur dan bebas korupsi, nasionalis dan mampu membawa perubahan.

Sedangkan peta persepsi pada calon presiden Prabowo atribut tertinggi adalah tegas dan nasionalis sedangkan yang paling rendah adalah berwibawa, kepemimpinan dan mewakili perubahan. Hal ini diperkuat dengan persepsi responden pada calon presiden Prabowo ternyata nilai rata-ratanya di atas 6 atau mendekati 7 yakni pada atribut tegas, berwibawa dan memiliki jiwa kepemimpinan. Sedangkan pada atribut merakyat, jujur, bebas korupsi, dikenal publik (masyarakat), jiwa nasionalis, mampu mewakili tokoh muda dan mampu membawa perubahan dinilai lebih rendah.

Calon presiden Prabowo dinilai oleh masyarakat lebih pada tegas, berwibawa dan memiliki jiwa kepemimpinan. Tingginya penilaian bahwa Prabowo dianggap lebih memiliki ketegasan ini terlihat dari visi Prabowo yakni “Membangun Indonesia yang bersatu, berdaulat, adil dan makmur serta bermartabat”. Dari visi menunjukkan bahwa Prabowo ingin membawa Indonesia lebih bermartabat ini hanya dapat dipimpin oleh seseorang yang tegas, berwibawa dan memiliki jiwa kepemimpinan.

Selain itu, rekam jejak Prabowo yang bekas militer serta bentuk komunikasi non verbal Prabowo misalnya nada suara sewaktu memberikan kampanye tersebut mampu menunjukkan ketegasan serta kewibawaan sebagai seorang pemimpin.

Sedangkan belum tersampainya pesan yang menunjukkan bahwa Prabowo adalah merakyat, jujur, bebas korupsi, dikenal publik (masyarakat), jiwa nasionalis, mampu mewakili tokoh muda dan mampu membawa perubahan ini karena adanya pemberitaan-pemberitaan berkaitan dengan sejarah Prabowo serta dari hasil debat yang dilakukan program-program yang diusung oleh Prabowo masih belum konkret seperti yang disampaikan oleh Jokowi.

Selain hal tersebut di atas, masyarakat dalam hal ini yang diwakili oleh mahasiswa, yang dalam kancah pemilu tergolong dalam pemilih muda, sehingga mereka masih memiliki idealisme yang kuat sehingga saat melihat seorang pemimpin adalah seorang pemimpin yang sesuai dengan keinginan mereka.

Bersumber dari hasil peta persepsi pada kedua calon pasangan calon presiden Jokowi serta Prabowo dan tingkat kepentingan pada calon presiden menunjukkan hasil dimensi tertinggi adalah kepentingan pada calon presiden, sedangkan pasangan calon presiden Prabowo berada lebih rendah daripada Jokowi.

SARAN

1. Bagi Mahasiswa Fisip

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan bacaan berkaitan dengan penerapan konsep *positioning* menggunakan *perceptual mapping* pada konteks persaingan antar calon presiden Jokowi dengan calon presiden Prabowo.

2. Bagi praktisi humas (PR)

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan saran bagi tim pemenangan calon presiden Jokowi dengan calon presiden Prabowo terutama dalam hal menonjolkan komunikasi politik yang nantinya mampu membentuk suatu persepsi yang sesuai dengan harapannya.

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku

- Arumwardhani, A. 2011. *Psikologi kesehatan*. Yogyakarta: Percetakan Galangpress
- Carmine, Green, and Harry Smith, 1988. *Marketing Research*, Allyn & Bacon, Boston.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit UNDIP.
- Kartajaya, Hermawan. 2005. *Positioning Diferensias Brand*, Gramedia, Jakarta.
- Kasali, Renald. 2003. *Manajemen Periklanan, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT. Mustika Ratu Tbk. Pustaka Utama Grafiti.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Predana Media Group
- Santoso, Singgih. 2000. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Edisi Pertama. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Simamora, Bilson. 2004. *Riset Pemasaran Falsafah, Teori, dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sobur & alex, 2003 . *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta
- Suharso dan Retnoningsih, Ana. 2005. *Kamus Bahasa Indonesia*, Edisi Baru. Semarang: CV. Widya Karya.
- Sunaryo. 2004. *Psikologi untuk keperawatan*. Jakarta : EGC.

Syamsu, Syahrman, M.Yusril dan FX.Suwarto. 1991. *Pengantar Dinamika Kelompok dan Kepemimpinan*. Yogyakarta : Andi Offset.

Umar, Husein. 2002. *Metode Riset Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

2. Internet

Akunto, 2014 diakses dari <http://nasional.kompas.com/read/2014/05/27/1539161/Lima.Ketua.Umum.Partai.Penuh.Canda.Dukung.Jokowi-JK>.

Faizal, 2014 diakses dari <http://nasional.kompas.com/read/2014/05/28/2130195/Isu.Pelanggaran.HAM.Sudah.Tidak.Mempan.untuk.Prabowo>.

Faqih, 2014 diakses dari <http://www.republika.co.id/berita/pemilu/menuju-ri-1/14/05/25/n64joi-jokowi-anggap-bayaran-jadi-pembedanya-dengan-prabowo>

Hassanudin, 2014 di akses dari <http://hasanuddinali.com/2013/09/14/peta-persepsi-dan-citra-capres/>

http://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial

<http://indoprogress.com/2014/06/antara-rakyat-dan-publik-politik-komunikasi-pemilu-2014/>

<http://kpu.go.id/index.php/post/read/2014/3305/KPU-Tetapkan-Capres-Cawapres-Peserta-Pilpres-2014>.

<http://krjogja.com/read/217069/spanduk-dukungan-terpasang-di-pabrik-mebel-jokowi.kr>

<http://pemilu.metrotvnews.com/read/2014/06/23/256384/baliho-abraham-samad-dan-mendiang-gus-dur-puji-prabowo-muncul-di-surabaya>)

<http://teknologi.metrotvnews.com/read/2014/07/04/261288/kampanye-politik-di-media-sosial-prabowo-vs-jokowi>

<http://teknologi.metrotvnews.com/read/2014/07/04/261288/kampanye-politik-di-media-sosial-prabowo-vs-jokowi>

<http://www.antarajateng.com/detail/perusakan-baliho-relawan-prabowohatta-diminta-tak-terprovokasi.html>

<http://www.tribunnews.com/images/editorial/view/1170932/antribut-dan-pernik-pernik-capres-cawapres-2014>

<https://www.google.co.id/search?q=potongan+gambar+iklan+jokowi+JK+adalah+kita>

Kusuma, 2014 diakses dari
<http://news.detik.com/pemilu2014/read/2014/05/30/173107/2595736/1562/mesin-politik-prabowo-hatta-vs-jokowi-jk-siapa-lebih-kuat?992204topnews>

Rmo, 2014 di akses dari <http://www.jpnn.com/read/2014/05/28/236974/Inilah-Kelebihan-Partai-Pengusung-Prabowo-Hatta->.

Sholeh, 2014. Diakses dari <http://www.merdeka.com/politik/hasyim-muzadi-sayangkan-mahfud-md-jadi-ketua-tim-sukses-prabowo.html>.

Triangga, 2014 diakses dari
http://www.suaramerdeka.com/v1/index.php/read/news_panggung_demokrasi/2014/06/01/204219/Relawan-Siap-Menangkan-Jokowi-JK-di-Kulonprogo.

Wiwoho, Laksono, H. 2014. Diakses dari
<http://nasional.kompas.com/read/2014/04/08/1946582/Antusiasme.Pemilih.Muda>

